

И так подведем итог, есть ли жизнь в социальной рекламе Казахстана? Однозначно есть и находится, как раз на переходном моменте роста и развития. Причиной тому являются работы тех авторов, чьи работы можно по праву назвать лучшими представителями казахстанской социальной рекламы. Все верно, как оказалось, казахстанские рекламщики тоже могут удивлять качественной социальной рекламой на самые злободневные темы.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Алхабаев Ш. Объявлена лучшая социальная реклама Казахстана [Электронный ресурс]. – URL: [https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fm.tengrinews.kz%2Fru%2Fkazakhstan\\_news%2Ffluchshuyu-sotsialnuyu-reklamu-kazahstana-nazvali-v-almaty-283910%2F](https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fm.tengrinews.kz%2Fru%2Fkazakhstan_news%2Ffluchshuyu-sotsialnuyu-reklamu-kazahstana-nazvali-v-almaty-283910%2F).
2. Минбалеев А. В. Правовое регулирование социальной рекламы [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/away.php?to=http%3A%2F%2Fmedialawca.org%2Fold%2Fnode%2F7596>.
3. Омарбекова Ж. О культуре социальной рекламы в Казахстане [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/away.php?to=http%3A%2F%2Fm.inform.kz%2Fru%2Farticle%2F2287577>.
1. Пономарев Г. Алматы. Ожившие картины [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fyoutu.be%2FVBRogtqfubw>.
4. Шакеев С. Любим природу, любим Казахстан. [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fyoutu.be%2F7ZfFPwbVbsl>.

**М. В. Семейкина**

### **ПРОБЛЕМЫ ДОВУЗОВСКОЙ ПОДГОТОВКИ ШКОЛЬНИКОВ К ПРОФЕССИИ ЖУРНАЛИСТА**

Под медиаобразованием многие эксперты понимают «научно-образовательную область, предметом которой являются средства массовой информации и коммуникации в педагогическом аспекте их многообразных связей с миром, обществом и человеком. В теоретическом отношении эта область лежит на пересечении педагогики и комплексной науки о медиа, а в практическом подразумевает совместную деятельность обучающихся и обучаемых по подготовке населения к жизни в медиатизированном мире». [1; с. 10] Здесь речь идет о взаимодействии с медиа любого человека. Мы имеем в виду еще одно значение данного понятия – предпрофессиональное образованное юнкоров, медиаобразование будущих журналистов. «Образование в области массмедиа – сравнительно молодая отрасль педагогики. Как цельная система она только складывается в России, происходит осознание ее целевой функции, задач ее отдельных ступеней и звеньев» [1; с. 141]. Оно включает в себя кружки при домах культуры, частные школы журналистики, профильные смены в лагерях, вебинары, дистанционное обучение, а также курсы при университетах. Каждый из вышеперечисленных видов отличается своей спецификой. Занятия через Интернет зачастую лишены индивидуального подхода к учащимся, не подразумевают большого количества практических занятий. Профильные лагеря и фестивали ориентиро-

ваны на уже подготовленную аудиторию и погружают юнкоров в медиасреду, но большее внимание уделено формированию командного духа, нежели на повышение уровня медиакомпетенции. А курсы при ВУЗах ориентированы на подготовку к творческому экзамену, а не столько на раскрытии творческого потенциала абитуриента. Воскресные подготовительные курсы (Воскресная школа) существуют и при факультете журналистики УрФУ, на их примере рассмотрим основные проблемы подготовки школьников к профессии журналиста. Готовят на курсах ко всем вступительным экзаменам (творческий конкурс, ЕГЭ по русскому языку и литературе). Абитуриент может выбрать не все предметы. Воскресная школа работает уже 10 лет и каждый год подавляющее большинство ее слушателей успешно поступает на факультет журналистики.

При анализе эффективности довузовской подготовки мы будем основываться на собственном опыте (сначала в качестве слушателя данных курсов, а затем четырех лет работы медиапедагогом и куратором учебной газеты).

Подготовительные курсы помогают погрузиться в профессию – ребята выпускают учебную газету, пробуют работу в команде, в настоящей редакции. На занятиях по творческому конкурсу слушатели осваивают теоретические знания (о технологиях работы журналиста, о жанровых формах, об истории журналистики, о смежных областях массовой коммуникации (PR, реклама). На каждом занятии к учащимся приходят журналисты-практики из газет, с радио и телевидения. Они рассказывают о своей работе, о трудностях, с которыми сталкиваются современные корреспонденты. И, конечно же, на занятиях по творческому конкурсу отрабатываются навыки профессиональной работы. Слушатели выполняют упражнения прямо во время занятий: пробуют брать интервью и пишут этюды, творческие сочинения.

В каждой учебной группе Воскресной школы вместе с педагогом работают студенты. Елизавета Мурашова, в прошлом слушатель ВШ, а сегодня – куратор учебной газеты со стажем четыре года: «Для абитуриентов работа над материалами, версткой, корректурой, медиапланирование – это прообраз будущей журналистской повседневности и возможность попробовать себя на профессиональном поприще. А учитывая, что ребята берут интервью не только у своих одноклассников или друзей, а ходят на настоящие мероприятия и общаются с настоящими спикерами – это уже серьезная журналистская работа».

Основываясь на опыте, мы определили для себя проблемы данной формы довузовской подготовки:

1. В большей степени внимание уделяется подготовке абитуриентов к вступительным экзаменам, а также презентации статуса ВУЗа, и в меньшей – развитию творческого потенциала и накоплению журналистских навыков.
2. У Воскресной школы нет пока возможности практиковаться в сфере радио-журналистики. Хотя многие абитуриенты мечтают попробовать себя в данной сфере – они вынуждены ходить дополнительно на другие курсы.
3. «Телевидение по субботам» появилось только в 2016 году (слушатели знакомятся с основной телевизионной терминологией и пробуют снимать сюжеты).

Но данных занятий недостаточно, чтобы в полной мере погрузиться в профессию.

4. Впрочем, и 11 воскресных занятий по дисциплине «Творческий конкурс» за учебный курс – тоже чрезвычайно мало. Тем более, что случаются они примерно один раз в месяц. В перерывах между занятиями абитуриенты общаются с куратором и преподавателем дистанционно – по электронной почте и в социальных сетях. Но виртуального общения и наличия задания на дом недостаточно, чтобы закрепить и совершенствовать навыки создания журналистских материалов. Спецификой данных курсов является то, что они воскресные. Такое время оптимально для иногородних слушателей (Нижний Тагил, Байкалово, Ирбит и другие), которые не имеют возможности приезжать в университет в будние дни. Иногородних слушателей на курсах – подавляющее большинство.
5. В связи с большим количеством слушателей – в среднем, ежегодно почти 100 человек (в каждой группе по 30 абитуриентов) медиапедагоги не имеют возможности лично и обстоятельно обсуждать эссе и сочинения с каждым автором (так происходит только с учебными газетами), они отмечают впечатление от работы в целом, указывают баллы и зачитывают лучшие тексты. Проблема усложняется тем, что в воскресную школу поступают учащиеся с разной степенью подготовки. Кто-то уже является редактором школьной газеты и знает основы жанров, а кто-то пришел изучать журналистику «с нуля», чтобы понять суть профессии. Здесь наиболее результативным был бы индивидуальный подход и различные методы обучения.

Проблемы, которые названы выше, в той или иной мере характерны для других факультетов журналистики, где работают подготовительные курсы. «С сожалением приходится констатировать, что ни один из субъектов образования в области массмедиа, потенциально «ответственных» за его развертывание в том или ином секторе, не обеспечивает сегодня функционирования системы на должном уровне. Так, например, профессиональная подготовка журналистов в нашей стране все явственнее обнаруживает черты глубокого кризиса, поскольку мало соответствует основному критерию профессионального образования, в рамках которого развивается, а именно адекватности целям подготовки действующих работников для определенной области труда» [1; с. 143].

Дмитрий Соколов-Митрич в книге «Реальный репортер. Почему нас этому не учат на журфаке?» высказывает свой взгляд на медиаобразование: «Академии художеств, как правило, выпускают посредственных художников. Литературные институты плодят энергичных эпигонов. Факультеты журналистики дают хорошее образование, но они не могут, да и не должны, научить главному – работать журналистом. Невозможно научить профессионализму. Но можно рассказать, как достичь его самостоятельно» [2; с. 2].

И, тем не менее, исследуя практику Воскресной школы, статистику поступления в вуз и успеваемость студентов-первокурсников, мы пришли к выводу, что это все-таки хороший уровень предпрофессионального медиаобразования, ко-

торый достаточно основательно не только готовит абитуриентов к поступлению, но и погружает в профессию, способствует формированию профессиональных качеств журналиста.

Вероника Мужиковская, выпускница подготовительных курсов, студентка факультета журналистики УрФУ: «Эти курсы дали мне многое! Я посещала все дисциплины. Это значительно облегчило мне жизнь: на первом курсе мне было не так сложно, как другим, кто не посещал «Воскресную школу», воспринимать научную терминологию. К нам приходили и Алексей Фаюстов, и главные редакторы таких известных изданий как «Коммерсант», «Вечерний Екатеринбург», «Студик». Также перед нами выступал Д. Л. Стровский – профессор факультета журналистики, который подробно рассказывал об изменениях медиа-рынка в России. А. В. Антошин погрузил нас в историю и обществознание, чтобы мы понимали прошлое нашей страны, а также общество, в котором непосредственно и работает журналист. Нас научили проверять документы на подлинность, ведь правильная информация очень нужна представителям нашей профессии». И хотя у подготовительных курсов есть значимые недостатки, основную задачу – представить профессию и рассказать, как достичь профессионализма – они выполняют.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Фатеева И. А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации. – Челябинск, 2007. – 270 с.
2. Соколов-Митрич Д. В. Реальный репортер. Почему нас этому не учат на журфаке?! – Москва, 2013. – 256 с.

**Г. Р. Соловьева**

### **ТЕКСТ И ФОТО В АВТОРСКОЙ РУБРИКЕ ЮРИЯ РОСТА «КАРТА ПАМЯТИ»**

Современное СМИ невозможно представить без хороших фотографий. Отсюда рождается формула: хороший журналист есть универсальный журналист, способный не только написать достойный текст, но и дополнить его иллюстративным материалом. А это уже другой уровень профессионализма, который называют мастерством. Юрий Рост – обозреватель «Новой газеты» как раз такой пример: он талантливый фотограф и публицист в одном лице. Ю. Рост воспитан советской школой журналистики. За его спиной десятилетия реальной практики в ведущих изданиях страны – «Комсомольская правда», «Литературная газета», «Московские новости». Словом, феномен Роста – это тот случай, когда профессиональную специализацию невозможно охарактеризовать одним определением. Он – гармония талантов. Однажды наш герой признался: «Я поженил текст на фотографии!».

Очевидная специализация Юрия Роста – человековедение. Главные жанры здесь – очерк и зарисовка. В журналистику эти формы текстотворчества привела общественная необходимость – потребность людей разбираться в реальных социальных отношениях. Секрет этих жанров – ситуация-фокус, через которую